PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DIGITAL CON ENFOQUE EN E-COMMERCE PARA LA EMPRESA OPTICALIA

ERICA CATERINE LOPEZ ORTEGA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA- UNICOMFACAUCA

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Mg. MARIA ALEJANDRA ALBAN LARA

POPAYAN, CAUCA, COLOMBIA

30 JUNIO 2023

PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DIGITAL CON ENFOQUE EN E-COMMERCE PARA LA EMPRESA OPTICALIA

ERICA CATERINE LOPEZ ORTEGA

Mg. MARIA ALEJANDRA ALBAN LARA

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER TITULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA – UNICOMFACAUCA

POPAYAN 2023

ÍNDICE

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE E-COMMERCE PARA LA EMPRESA 1
OPTICALIA 1
1. INTRODUCCIÓN 5
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 6
4. OBJETIVOS 8
4.1 OBJETIVO GENERAL 8
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 8
5. DESCRIPCION DE LA EMPRESA 9
5.2 ANTECEDENTES EMPRESA 12
5.3 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA. 13
5.4 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA 13
5.5 SEGMENTO DE CLIENTE DE LA EMPRESA 17
5.6 COMPETENCIA PARA LA EMPRESA 19
6. MODELO DE NEGOCIO Y DIAGNOSTICO EMPRESA. 22
6.1 MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA OPTICALIA - BUSINESS MODEL (CANVAS). 22
ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN 24
MATRIZ POAM 34
Matriz PCI 39
DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA OPTICALIA (MATRIZ DOFA). 42
7. MISION Y VISION DE LA EMPRESA 44
7.1 MISIÓN 44
7.2 VISIÓN 45
8. IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA OPTICALIA 45
8.1 LOGOTIPO 45
8.2 COLORES CORPORATIVOS (SIGNIFICADO DE LOS COLORES) 46
9. ACTIVIDADES DE MERCADEO ELECTRONICO A DESARROLLAR PARA LA EMPRESA. 47
9.1 SITIO WEB (WEB SITE) 48
9.1.2 OBJETIVO 49
9.1.3 ESTRATEGIA 49
9.1.4 PLAN DE ACCIÓN 51

10. POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BUSQUEDA WEB. 53
10.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 53
10.2 OBJETIVO 54
10.3 ESTRATEGIA 54
10.4 PLAN DE ACCIÓN 54
11. MARKETING EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA MARKETING) 56
11.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 56
11.2 OBJETIVO 56
11.3 ESTRATEGIA 56
11.4 PLAN DE ACCIÓN. 57
12 MARKETING DISPLAY (DISPLAY MARKETING) 60
12.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 60
12.2 OBJETIVO 60
12.3 ESTRATEGIA 60
12.4 PLAN DE ACCIÓN 60
13. MARKETING POR DISPOSITIVOS MOVILES (MOBILE MARKETING) 62
13.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 62
13.2 OBJETIVO 63
13.3 ESTRATEGIA 63
13.4 PLAN DE ACCIÓN 63
14. MARKETING VIRAL (VIRAL MARKETING 65
14.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 65
14. 2 OBJETIVO 65
14.3 ESTRATEGIA 66
15. CRONOGRAMA DE EJECUCION DEL PLAN DE MERCADEO ELECTRONICO (1 AÑO) 68
16. PRESUPUESTO GLOBAL DEL PLAN DE MERCADEO ELECTRONICO 69
17. CONCLUSIONES 70
18. REFERENCIAS. 72

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la era digital en la que vivimos, el comercio electrónico ha adquirido un papel fundamental en la economía global, además la tecnología es un aliado estratégico para las empresas, debido a esta nueva forma de hacer negocios la cual nos permite llegar a un público más amplio y así ofrecer sus productos y servicios de manera conveniente y eficiente.

"El *comercio electrónico permite a sus usuarios tener un acceso rápido e instantáneo y cómodo a un gran catálogo de bienes y servicios desde sus hogares que en ocasiones traen reducciones de precio que suponen un gran atractivo para los mismos."* (Cerrillo, 2016)

Hoy en día los colombianos están cambiando sus hábitos de compra, de manera que esta situación ha orientado a las empresas hacia nuevos modelos de negocios en entornos digitales a través del comercio electrónico (e-commerce), buscando nuevas oportunidades de crecimiento empresarial.

En este contexto, resulta imprescindible analizar la implementación del comercio electrónico en sectores específicos, como en las ópticas, una industria que hoy en día aún se encuentra rezagada en la adopción de estas tecnologías.

En este documento se encontrará un estudio de mercado y plan de comercio electrónico que se llevará a cabo a la empresa Opticalia, la cual es una empresa que cuenta con servicio de valoración médica ocular, la venta de lentes, monturas para gafas entre otros productos, esta cuenta con dos sedes en la ciudad de Popayán, una está ubicada en Campanario y la otra en Iconos.

El objetivo es mejorar los servicios y al mismo tiempo proporcionar una mayor supervisión para obtener mayores rendimientos financieros, el propósito general es analizar y proponer estrategias para la implementación del comercio electrónico para la empresa Opticalia, que a continuación, se enseñara un estudio completo que analiza y valida el escenario empresarial de la óptica en relación con el comercio electrónico.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Opticalia es una empresa la cual se constituyó en la ciudad de Popayán en enero del año 2015, dedicada a la venta de productos y servicios relacionados con la salud visual, se destacan por ofrecer una amplia gama de opciones en anteojos graduados, lentes de contacto, y accesorios ópticos, Opticalia cuenta con dos sedes en la ciudad de Popayán, y cuenta con más de 10 empleados.

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, brindando a las empresas la oportunidad de expandir su alcance y aumentar sus ventas. Sin embargo, muchas empresas de ópticas en Colombia aún no han logrado aprovechar completamente las ventajas que ofrece el comercio electrónico. En este contexto, es importante identificar los factores que limitan el éxito del comercio electrónico en Opticalia y proponer estrategias para mejorar su presencia y rendimiento en línea.

Opticalia se enfrenta a varios desafíos en su comercio electrónico que limitan su eficacia y rentabilidad. Entre los principales problemas identificados se encuentran:

- Limitada presencia en línea: La empresa no tiene una plataforma de comercio electrónico bien desarrollada o no ha implementado estrategias de marketing digital efectivas para promover sus productos y servicios en línea.
- Experiencia de usuario deficiente: El sitio web de la empresa puede tener dificultades técnicas, una navegación poco intuitiva, lo que afecta negativamente la experiencia del usuario además de no tener una plataforma exclusiva que cuente con el portafolio de

productos que solo se maneja en la sede campanario Popayán, dado a que el sitio web es general de todas las sedes de Opticalia que existen en el mundo.

- Falta de estrategias de promoción en línea: Opticalia no está aprovechando las oportunidades de marketing digital, como el uso de redes sociales, publicidad en línea y campañas de correo electrónico, lo que limita su capacidad para atraer y retener clientes en línea.

Al abordar los problemas identificados y desarrollar estrategias adecuadas, Opticalia puede mejorar su comercio electrónico y aprovechar al máximo las oportunidades del mercado digital. La implementación de soluciones efectivas contribuirá al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

3. JUSTIFICACIÓN

Las ópticas están en un sector de constante evolución debido a los avances tecnológicos en el campo de la salud visual y la moda, además, la pandemia mundial ha demostrado la importancia de contar con una plataforma digital que permita las empresas como las ópticas a seguir operando de manera segura y eficiente durante situaciones extraordinarias.

La implementación de un plan de comercio electrónico para la empresa Opticalia se realiza para entender los efectos positivos de adoptar estas herramientas digitales como lo son darse a conocer ante clientes potenciales, llegar a nichos a donde queremos dirigirnos, incrementar el capital de la empresa y hasta ventas 24/7 entre otros beneficios.

Es decir, al llevar a cabo el comercio electrónico en Opticalia brinda numerosas oportunidades tanto para el negocio como para los clientes; En primer lugar, permite ampliar considerablemente el alcance de la óptica, llegando a clientes potenciales en cualquier lugar del mundo. Contando que esta óptica cuenta con tiendas físicas en tres

países México, España y Colombia, y a cualquier hora, lo que aumenta las oportunidades de ventas.

Además, la venta online de productos ópticos ofrece a los clientes una experiencia de compra cómoda y conveniente, donde pueden comparar productos, encontrar información detallada y realizar pedidos sin salir de su hogar. También se puede aprovechar el comercio electrónico para ofrecer servicios de asesoramiento personalizado.

Se puede deducir que la implementación del comercio electrónico en Opticalia es una estrategia fundamental para mejorar la competitividad, ampliar el mercado y fortalecer la relación con los clientes permitiendo romper las barreras geográficas, mejorando la accesibilidad, proporcionando un servicio más completo y personalizado.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el crecimiento en ventas y la participación en el mercado de la empresa Opticalia utilizando una propuesta de implementación de E-commerce.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el estado interno y externo de la empresa OPTICALIA, para identificar las oportunidades de implementación del e-commerce.
- Evaluar los costos asociados a el marketing digital que se necesitaran para la propuesta de implementación.
- Proponer una metodología para la implementación de e-commerce en Opticalia.

- Identificar los recursos tecnológicos y humanos necesarios para esta propuesta.
- Analizar la viabilidad de activar las pasarelas de pago.
- Seleccionar la mejor opción de pagos que logre una aceptación de los clientes e incentive la compra por medios virtuales.

5. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

"La cadena española Opticalia llegó a Colombia en el 2015 y cuenta hoy con 200 puntos en el país que están en manos de 130 pequeños empresarios. Hoy, es considerada como la empresa de mayor cobertura del sector en el país". (Portafolio, 2018)

Opticalia es una empresa la cual se constituyó en la ciudad de Popayán en enero del año 2015, dedicada a la venta de productos y servicios relacionados con la salud visual, se destacan por ofrecer una amplia gama de opciones en anteojos graduados, lentes de contacto, y accesorios ópticos, esta óptica es una organización que cuenta con 600 ópticas asociadas en España, 200 en México y 200 en Colombia aspirando a incursionar al mercado Portugal.

En Opticalia cuentan con un equipo de profesionales altamente capacitados y comprometidos, que brindan asesoramiento personalizado a sus clientes para encontrar la solución óptima que se ajuste a sus necesidades específicas y sobre todo a su presupuesto.

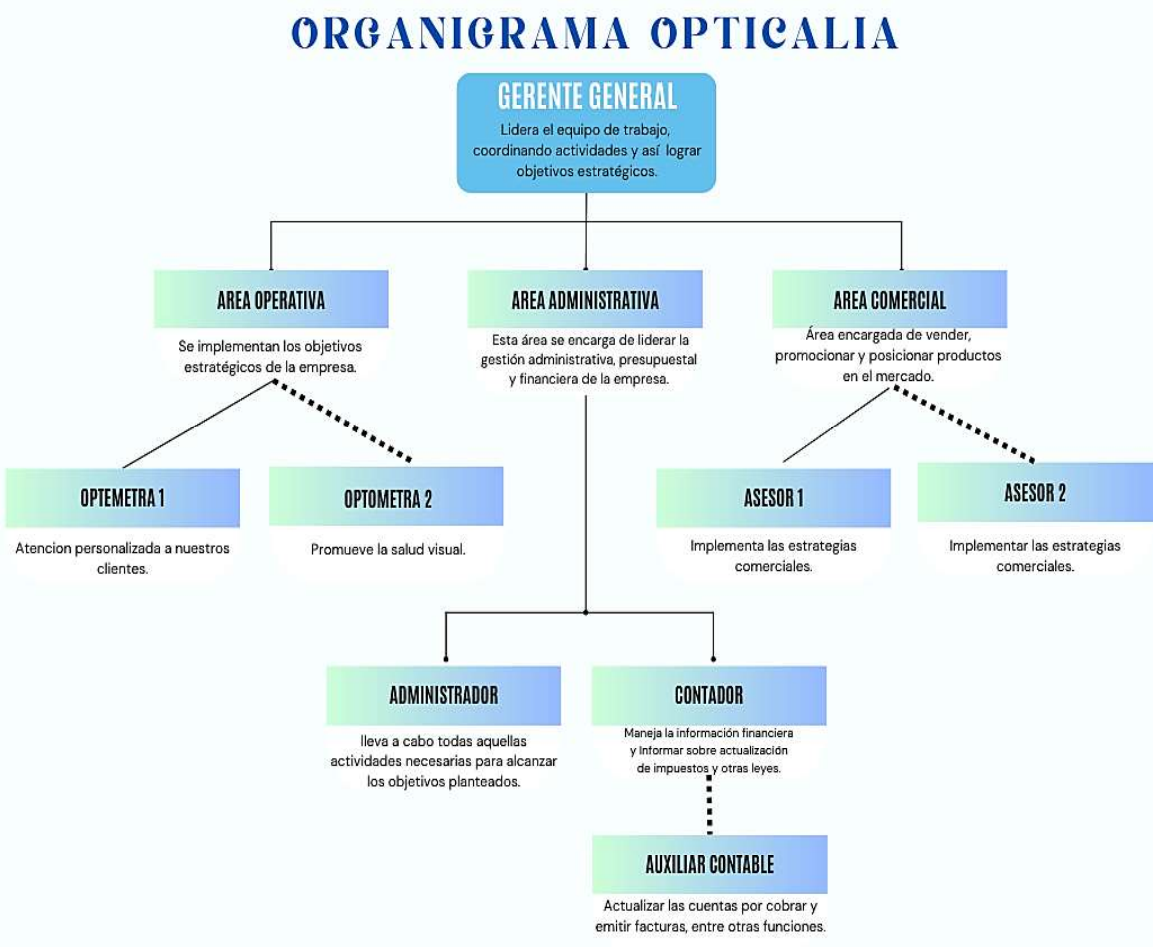
Esta empresa cuenta con gran experiencia lo que permite estar al tanto de las últimas tendencias en moda y tecnología óptica, garantizando a sus clientes productos de alta calidad y un excelente servicio al cliente, basado en valores como la cortesía, la paciencia y la atención personalizada.

Opticalia tiene como objetivo principal proporcionar una experiencia única y positiva, asegurándonos de que sus clientes se sientan satisfechos y confiados con su elección.

La estructura organizacional de Opticalia se define en base a la división de responsabilidades y jerarquías dentro de la organización, es decir el resultado de dividir las actividades de la empresa en varias áreas, organizadas como se puede ver en la figura número uno.

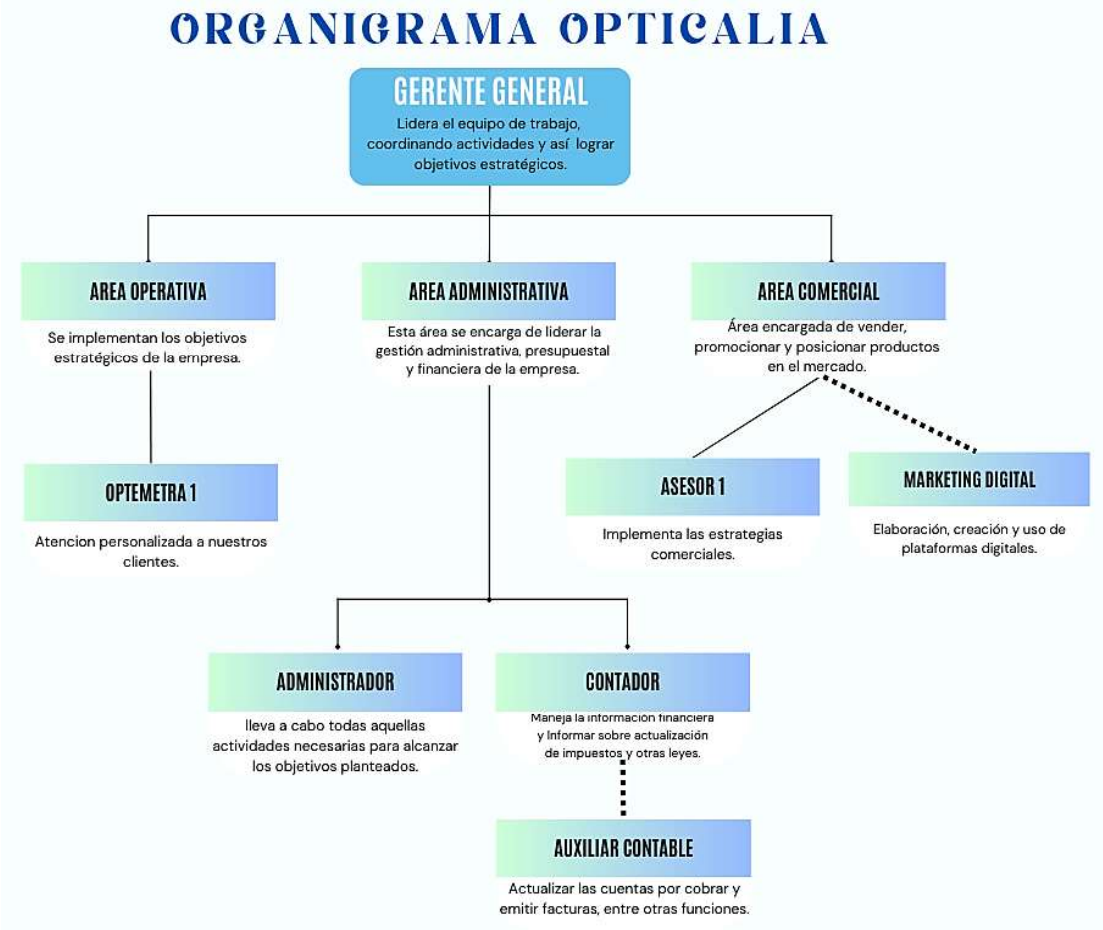
Figura 1.

Organigrama empresa Opticalia.



Nota. La figura 1 representa la estructura jerárquica y la organización de la empresa Opticalia.

Figura 2.
Propuesta de organigrama para la empresa Opticalia.



Nota. La figura 2 representa la propuesta de estructura jerárquica para la organización de la empresa Opticalia.

5.1 DATOS GENERALES EMPRESA

Nombre de la empresa: Opticalia

Ubicación: está ubicada en centro comercial Campanario Cra. 9 #24AN-21, local 103A

bajo la administración de la Dra. Karol Casanova.

Figura 3.

Dirección empresa Opticalia en el mapa de Google maps.

Nota. Adaptado Google maps [captura imagen]. Ubicación empresa Opticalia.

5.2 ANTECEDENTES EMPRESA

Opticalia es una reconocida cadena de ópticas que tiene presencia a nivel internacional, la historia de la empresa en Colombia se remonta al año 2015, cuando se inauguró la primera tienda en el país, desde el comienzo, Opticalia se destacó por ofrecer una amplia gama de productos de calidad en el campo de la visión, como monturas de diferentes marcas, lentes de contacto y gafas de sol. Además, se especializa en servicios de optometría y ofrece asesoramiento profesional para garantizar que cada cliente encuentre la solución óptica adecuada.

Gracias a su compromiso con la satisfacción del cliente, Opticalia ha experimentado un crecimiento significativo en Colombia. A lo largo de los años, ha expandido su presencia abriendo numerosas tiendas en diferentes ciudades del país. Su enfoque en la atención personalizada y la calidad de los productos ha conseguido ganarse la confianza de los consumidores colombianos.

La historia de Opticalia en Colombia es la de una empresa que ha logrado establecerse como líder en el sector óptico gracias a su enfoque en la calidad de sus productos, la atención al cliente y su compromiso con la responsabilidad social. Su crecimiento continuo y su reputación como una marca confiable reflejan su éxito en el mercado colombiano.

5.3 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

Opticalia Colombia pertenece al sector de comercio minorista, específicamente al sector de ópticas, se considera una empresa de tamaño mediano a grande, con múltiples ubicaciones en el país, Opticalia es una empresa formal, ya que opera dentro del marco legal y cumple con todas las regulaciones y requisitos establecidos para su funcionamiento en Colombia.

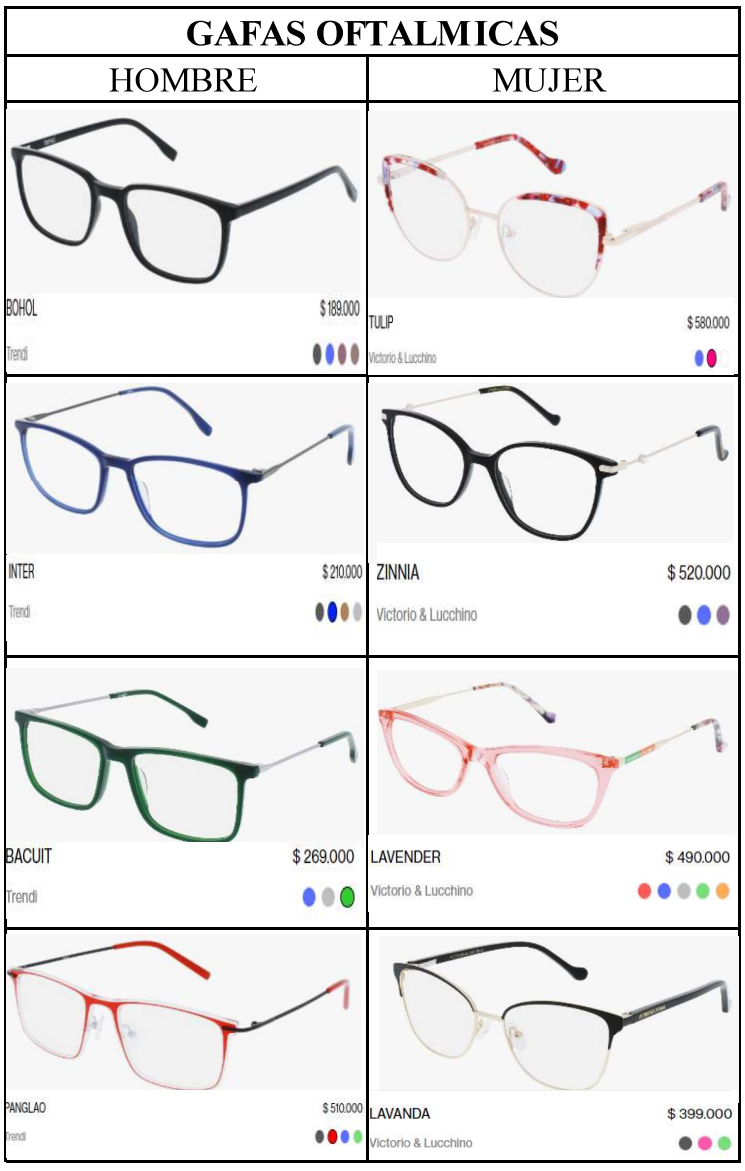
5.4 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA

El portafolio de productos de Opticalia incluye una amplia variedad de productos relacionados con la visión y el cuidado ocular, estos productos están diseñados para satisfacer las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones ópticas de calidad algunos de sus productos son:

- Gafas graduadas: Opticalia ofrece una amplia selección de gafas graduadas para corregir la visión, incluyendo monturas de diferentes estilos, formas, materiales y en diferentes costos, como se puede observar en el portafolio de productos en la figura 4, donde están algunos estilos y costos.

Figura 4.

Portafolio de servicios empresa Opticalia.



Nota. Portafolio de productos tomados página web Opticalia.

- Lentes de contacto: Opticalia ofrece una amplia gama de lentes de contacto, tanto para corrección visual como para uso cosmético.

Figura 5.
Portafolio de servicios Opticalia.

Nota. Portafolio de productos tomados página web Opticalia.

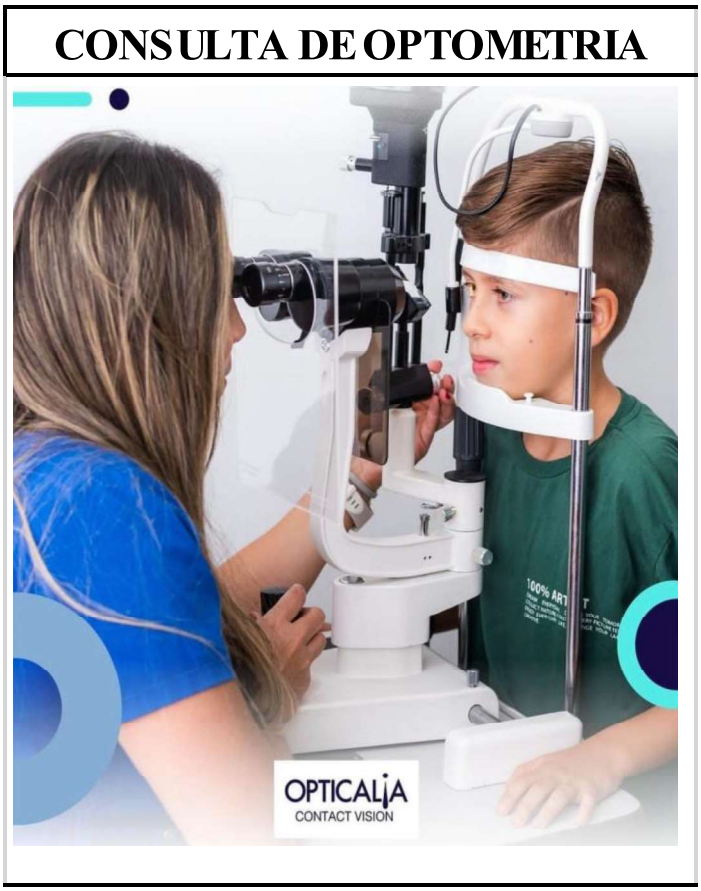
- Accesorios y productos de cuidado ocular: Además de los productos ópticos principales, Opticalia también ofrece accesorios y productos relacionados con el cuidado ocular, como líquidos para lentes de contacto, estuches, limpiadores, toallitas especiales para gafas, gotas oftálmicas.

Figura 6.
Portafolio de productos Opticalia.

Nota. Portafolio de productos tomados página web Opticalia

- También cuenta con servicio especializado en el cuidado de la salud visual y ocular, ofreciendo consultas de optometría, brindando atención integral a pacientes de todas las edades y a su vez generar una experiencia positiva y satisfactoria.

Figura 7.
Portafolio de productos Opticalia.



Nota. Portafolio de productos tomados página web Opticalia

5.5 SEGMENTO DE CLIENTE DE LA EMPRESA

Opticalia es una cadena de ópticas que ofrece productos y utilizando las variables de segmentación descritas en la tabla 1.

Tabla 1.

Segmentación de mercados.

ECOMFINADOS	CRITERIOS DE SEGMENTACION DE MERCADO
DEMOGRAFICO	Eda: El segmento de clientes puede estar compuesto por personas de diferentes edades, pero especialmente aquellos que necesiten corrección visual, como jóvenes adultos y adultos mayores. Género: No hay un género específico, ya que tanto hombres como mujeres pueden requerir productos y servicios ópticos.
GEOGRAFICO	Los clientes de Opticalia estarían ubicados en la ciudad de Popayán y regiones de Colombia.
PSICOGRAFICOS	Estilo de vida: Los clientes de Opticalia pueden tener diferentes estilos de vida, pero todos comparten la preocupación por su salud visual y el uso de lentes o productos ópticos. Personalidad: No se define un tipo de personalidad específico para el segmento de clientes.
SOCIOECONOMICOS	Nivel socioeconómico: El segmento de clientes de Opticalia podría incluir a personas de diferentes niveles socioeconómicos, ya que la necesidad de cuidar la salud visual no está necesariamente ligada a un nivel económico específico.

ACTITUDINALES	Frecuencia de compra: Los clientes de Opticalia podrían dividirse en aquellos que realizan compras regulares de productos y servicios ópticos y aquellos que visitan las ópticas de manera ocasional. Lealtad a la marca: El segmento de clientes puede incluir tanto a clientes leales que prefieren Opticalia como también a aquellos que buscan opciones diversas en el mercado

Podemos concluir que Opticalia se encuentra en el sector terciario y el sector comercio de Colombia, además el hecho de que al momento de identificar estos segmentos Opticalia, podrá personalizar sus mensajes, estrategias de marketing y ofrecer productos y servicios adecuados a las necesidades de cada grupo objetivo, se debe tener en cuenta que se debe revisar periódicamente, ya que las necesidades de los consumidores cambian con el tiempo.

5.6 COMPETENCIA PARA LA EMPRESA

COMPETENCIA DIRECTA

La competencia directa Opticalia, son tres puntos en la misma ubicación, centro comercial campanario, disminuyendo las probabilidades de ventas, dándole una desventaja notable dado que sus competidores cuentan con ventajas competitivas que Opticalia no cuenta como lo son comercio electrónico, marketing digital, y pasarelas de pago, como se observa en la tabla 2.

Tabla 2.

Competencia directa empresa Opticalia.

NOMBRE DE LA EMPRESA	SERVICIOS PRINCIPALES	VENTAJA COMPETITIVA	UBICACIÓN	LOGO
Ópticas Lafam	Venta de gafas oftálmicas, de Sol y lentes de contacto de las mejores marcas.	Manejan pasarelas de pago y cuentan con marketing digital.	Cra 9 # 24an - 21 Centro Comercial Campanario Local 98, Popayán.	
Óptica Colombiana	Venta de lentes de contacto a domicilio, gafas oftálmicas de todos los estilos y citas de optometría, atienden urgencias visuales,	Manejan pasarelas de pago y cuentan con marketing digital.	Cra 9 # 24an - 21 Centro Comercial Campanario Local 72, Popayán.	
Optikids	Venta de gafas oftálmicas, consultas optómetras de niños.	Su nicho son los niños por ende tienen mayor portafolio de productos para ellos.	Cra 9 # 24an - 21 Centro Comercial Campanario Local 54, Popayán.	

COMPETENCIA INDIRECTA

La competencia indirecta Opticalia, son tres puntos, ubicados en varios sectores de la ciudad de Popayán lo cual disminuye las probabilidades de ventas, dándole una desventaja a Opticalia, como se puede observar en la tabla 3.

Tabla 3.

Competencia indirecta empresa Opticalia.

NOMBRE DE LA EMPRESA	SERVICIOS PRINCIPALES	VENTAJA COMPETITIVA	UBICACIÓN	LOGO
Ópticas Canadá	Venta de lentes oftálmicos, tratamientos oftálmicos y productos para la salud visual	Acceso a una localidad diferente, con mayor portafolio de productos.	Cra. 9 #74 Norte-84 74 Norte-84, centro comercial terraplaza local 25 Popayán.	
Ópticauca	Atención primaria de la salud visual, que comprende la refracción y adaptación de ayudas visuales, detección, diagnóstico.	Acceso a una localidad diferente, cuenta con herramientas de comercio electrónico.	Cra. 9A # 17N-23, Centro, Popayán.	
Óptica Visual Center	Venta de lentes oftálmicos, armazones de marca, diseñador, económicos, tratamientos oftálmicos y productos para la salud visual	Acceso a una localidad diferente, cuenta marketin digital, y pasarelas de pago.	Cra. 9 # 7-76, Centro, Popayán, Cauca	

ANÁLSIS COMO SE ENCUENTRA LA EMPRESA FRENTE A SU COMPETENCIA

Después de analizar los datos, Opticalia compite en un entorno local con empresas que ofrecen servicios similares como lo son productos oftálmicos, es importante reconocer que muchas de estas empresas disponen de estrategias de marketing, pasarelas de pago, lo que indica una debilidad para Opticalia la cual no cuenta con lo antes mencionado.

Opticalia al implementar estrategias de marketing como mejoras de su página web, participación de redes sociales con calidad y relevancia del contenido que se comparte y campañas publicitarias con técnicas de segmentación, personalización para crear campañas dirigidas y efectivas; logrando un espacio valioso que permite superar su competencia local, y también expandir su alcance, así como su posición en línea, llegando a una audiencia más amplia.

6. MODELO DE NEGOCIO Y DIAGNOSTICO EMPRESA.

6.1 MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA OPTICALIA - BUSINESS MODEL (CANVAS).

Tabla 4.

Modelos cavas de la empresa Opticalia.

MODELO CANVAS OPTICALIA

SOCIOS CLAVE

1. Proveedores de monturas y lentes. asegurando una selección variada de calidad.
2. Alianzas con especialista oftálmico para ofrecer servicios de optometría personalizado para satisfacer las necesidades del cliente.
3. plataformas de pagos electrónicos

ACTIVIDADES CLAVE

1. inversión en marketing logrando llegar a nuevos mercados y así obtener nuevos clientes.
2. Compra, venta y almacenamiento de productos ópticos.
3. Atención al cliente, incluyendo asesoramiento personalizado y adaptación de lentes.

IRECURSOS CLAVE

1. Local Físico.
2. Recursos Humanos.
3. Mostradores Y Estantes.
4. Computadores.
5. Oftalmoscopio.
6. Caja Registradora.
7. Cartilla de Agudeza Visual.

PROPUESTA DE VALOR

Nuestra propuesta de valor en Opticalia se basa en ofrecer una amplia gama de productos ópticos, como monturas modernas, lentes de contacto, Lentes de alta calidad, lubricantes oculares a módicos precios, además contamos con personal capacitado para brindar un excelente servicio de alta calidad y personalizado a nuestros clientes.

RELACION CLIENTES

1. Atención personalizada y amigable con los clientes.
2. Promoción y descuentos atreves de redes sociales
3. Servicio postventa para garantizar la satisfacción del cliente y resolver cualquier problema o consulta.
3. Descuento estudiantes universitarios.

CANALES DE DISTRIBUCION

1. Tiendas físicas, dos en la ciudad de Popayán, con un ambiente acogedor y un amplio inventario de productos.
2. Sitio web donde los clientes pueden explorar y comprar productos ópticos y en su caso agendar cita virtualmente.

SEGMENTOS CLIENTES

Clientes individuales que necesitan y compran productos oftálmicos.

ESTRCUCTURA COSTES

Costos de adquisición de productos oftálmicos, gastos operativos, arriendo, créditos, salarios del personal, impuestos y servicios públicos.

FUENTES DE INGRESO

1. Ventas directas de productos oftálmicos en tienda física.
2. Ventas por página web.

ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN

A continuación, se presentan los factores económico, político y legal, social, tecnológico, cultural, ambiental y competitivo, que influyen de manera directa en el sector de las ópticas y particularmente en la empresa Opticalia.

1. **Factores Sociales – cultural.**

El entorno social de una empresa de ópticas en Colombia estaría compuesto por diversos aspectos, como la cultura y los valores de la sociedad además de las relaciones con la comunidad local y los clientes, así como el impacto social de las actividades de la empresa.

- **Diversidad cultural**

Considerar la diversidad cultural presente en Popayán puede permitir identificar oportunidades para adaptar la oferta de la empresa a las diferentes necesidades y preferencias de los diversos grupos étnicos y culturales presentes en la zona.

- **Estilo de vida saludable y sostenible**

La conciencia sobre la importancia de un estilo de vida saludable y sostenible está en aumento en muchas ciudades, y Popayán no es una excepción. Una empresa puede aprovechar estas tendencias para desarrollar productos o servicios que se alineen con las expectativas del mercado local.

- **La inseguridad**

En Popayán la inseguridad es un indicador cambiante que se ve constantemente afectado por choques internos y externos, y este incremento genera un desestimulo productivo y la

pérdida de incentivos en los sectores económicos; también la inseguridad incrementa la disminución de la demanda dado puede generar incertidumbre y desconfianza entre los consumidores, lo que puede llevar a una disminución en la compra de productos oftálmicos ya que los clientes pueden optar por gastar su dinero en otras necesidades.

- **Los programas sociales**

  Tienen un impacto positivo en la economía del sector de los muebles de varias maneras por ejemplo el incremento en la demanda dado que los programas sociales, como los subsidios o bonos dirigidos a familias de bajos ingresos, (IVA, familias en acción, jóvenes en acción) pueden aumentar el poder adquisitivo de las personas y, por lo tanto, impulsar la demanda de muebles.

- **La desigualdad económica**

  Puede afectar la economía de las ópticas ya que puede influir en la capacidad de las personas para comprar productos oftálmicos. Aquellas con ingresos más bajos pueden tener dificultades para adquirir productos de calidad o incluso para satisfacer sus necesidades básicas. Debido a la desigualdad las empresas pueden dirigir sus productos hacia los segmentos de población con mayores ingresos, dejando fuera a aquellos con menos recursos por ende no se pueden satisfacer sus necesidades.

  Según (Valencia, 2023) "*Para el DANE cerca del 40% de la población colombiana vive en pobreza y cerca de 24% de la población padece desnutrición por falta de alimentos".*

La falta de empleos estables, son factores que generan pobreza y hambre en Popayán, estos factores afectan la economía dado que, las personas que viven en condiciones de

pobreza tienen ingresos limitados y, por lo tanto, pueden tener dificultades para adquirir productos oftálmicos

- **Tendencias de consumo**

Estudiar las tendencias de consumo en Popayán nos permitirá a entender las preferencias y necesidades de los consumidores en cuanto a productos y servicios. Esto puede ayudar a identificar oportunidades de mercado o áreas donde sea necesario ajustar la estrategia.

2. **Factores Tecnológicos:**

Hoy en día las ópticas en la ciudad de Popayán comprenden la importancia de mejorar su entorno tecnológico dado a los avances y la adopción de tecnología en el sector en donde el crecimiento del comercio electrónico y el uso de estrategias de marketing digital se pueden aprovechar dado a que estas plataformas promocionan y vendes productos en línea llegando a una audiencia más amplia y mejorando su presencia en internet.

- **Infraestructura de telecomunicaciones**

Evaluar la calidad de la infraestructura de telecomunicaciones en Popayán es fundamental para determinar la capacidad de la empresa para implementar soluciones digitales y aprovechar al máximo el potencial del comercio electrónico y las herramientas digitales.

- **Acceso a internet:**

la penetración de internet y la disponibilidad de conexiones de alta velocidad en Popayán es esencial para determinar el alcance de las estrategias de marketing digital y si el uso de estas llega al público a quien se quiere llegar.

- **Innovación tecnológica:**

Identificar las tendencias tecnológicas emergentes en la industria a la que pertenece la empresa permitirá anticipar cambios y adaptarse rápidamente a nuevas soluciones tecnológicas que puedan mejorar la oferta de productos o servicios, brindando a los clientes productos de última tecnología.

- **Seguridad digital.**

Considerar la seguridad digital y las regulaciones relacionadas permite proteger la información de los clientes y garantizar la confidencialidad de los datos en línea, por ejemplo, al momento de utilizar pasarelas de pago e ingresar información como los datos personales.

3. **Factores Políticos.**

- **la Normatividad.**

Las leyes laborales establecen los derechos y las responsabilidades de los empleados y empleadores. Esto incluye regulaciones relacionadas con el salario mínimo, las horas de trabajo, la seguridad en el lugar de trabajo y otros asuntos laborales.

Existen leyes y regulaciones destinadas a proteger los derechos de los consumidores como la garantía de productos y la protección de los datos personales de los clientes, es

importante que una empresa cumpla con estas normativas para mantener la confianza de sus clientes.

- **Estabilidad política**

La estabilidad política de la ciudad es fundamental para garantizar la continuidad de las operaciones de la empresa y la seguridad jurídica, La situación política no solo hace referencia a los problemas existentes como las fuerzas del poder y a la corrupción sino a las políticas realizadas para mejorar las condiciones económicas y sociales.

- **Políticas fiscales y arancelarias.**

Las políticas fiscales y arancelarias en la ciudad permitirán a la empresa planificar sus operaciones y ajustar su estrategia de precios en consecuencia.

- **Políticas de incentivo empresarial.**

Las políticas del gobierno se promueve el apoyo a las empresas a través de la ley No. 905 del 2004 “por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”, la Ley 450 de exención de impuestos a las empresas en crisis, Expopyme, entre otras, Esto se constituyen en brindar oportunidades adicionales de crecimiento y desarrollo para la empresa.

- **Regulaciones ambientales.**

Las regulaciones ambientales en Popayán permitirán a la empresa asegurarse de que cumple con los estándares y requisitos legales para minimizar su impacto ambiental.

En las regulaciones ambiental el decreto 1791 de 1.996 del Ministerio de Medio Ambiente y Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, con este decreto el Gobierno

nacional expidió el régimen de aprovechamiento forestal que tiene por objeto regular las actividades respecto al uso, manejo, aprovechamiento y de lograr un desarrollo sostenible.

4. **Factores Económico.**

El estado de la economía en general, incluyendo el crecimiento del PIB, la tasa de empleo, la inflación y las políticas fiscales y monetarias, puede afectar la capacidad de los consumidores para hacer compras

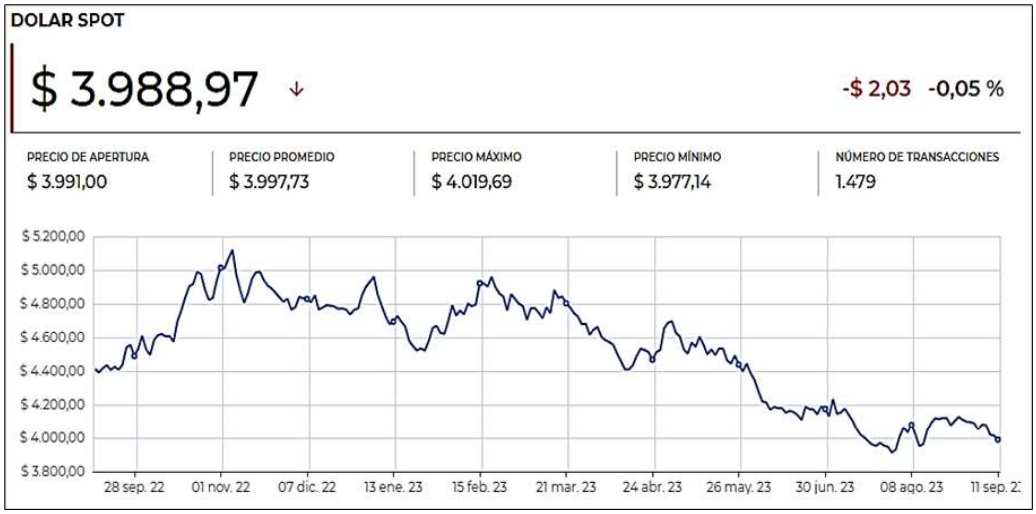
- **PIB.**

La Competencia, oferta y demanda también afecta dada la presencia de competidores en el mercado de las ópticas esto puede influir en los precios y la rentabilidad de la empresa, Además, la oferta y demanda de las empresas en el mercado también puede afectar el desempeño de esta.

- **La tasa de cambio.**

En Colombia con respecto al dólar tal como se ve en la figura 8, se puede apreciar en lo que va corrido del mes de septiembre del 2022 hasta fines del mes de abril del 2023 el TRM se mantuvo en promedio entre 4.842 y 4.716, sin embargo, a partir de marzo, el dólar ha tenido una caída, no obstante, la tendencia es a la baja, situación que beneficia dado que al importar mercancías a un precio más bajo e insumos favorecen la elaboración de productos.

Figura 8.
Tasa de cambio dólar, periodo septiembre 2022 a septiembre 2023.



Nota Fuente La república.LR MAS [En línea].

- **La Tasa De Desempleo**

En Colombia fue 9,6%, tal como se ve en la figura 9, para Popayán los meses de mayo y julio de 2023, la tasa de desocupación fue de (8,8), lo que representó una disminución con respecto al mismo mes de 2022 (11,2) sin embargo la tasa de desempleo limita las posibilidades de compra y consumo, dado que la calidad de vida se vea afectado restringiendo a los consumidores a comprar producto que solo cubran sus necesidades básicas, afectando así la economía.

Figura 9.
Tasa de desempleo 23 ciudades y áreas metropolitanas Trimestre móvil
Mayo -julio de 2023

Tasa de desocupación	May-jul 22	May-jul 23
Quibdó	22,7	25,4
Santa Marta	10,7	9,2
Popayán	11,3	8,8
Medellín A.M.	11,2	8,6
Bucaramanga A.M.	8,0	7,5

Nota. Fuente Proyecciones del DANE 2022-2023.

5. Factores Demográficos.

Popayán es la capital del Departamento del Cauca en la República de Colombia, se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Popayán es uno de los 42 municipios del departamento de Cauca, Colombia.

- **Población total.**

De acuerdo con las proyecciones del (DANE, 2023), Popayán tiene 339,454 habitantes: 176,597 mujeres (52.0%) y 162,857 hombres (48.0%). Los habitantes de Popayán representan el 21.8% de la población total de Cauca en 2023. Popayán es el municipio más poblado del departamento de Cauca. Esta información permite tener claridad a el mercado objetivo de la empresa.

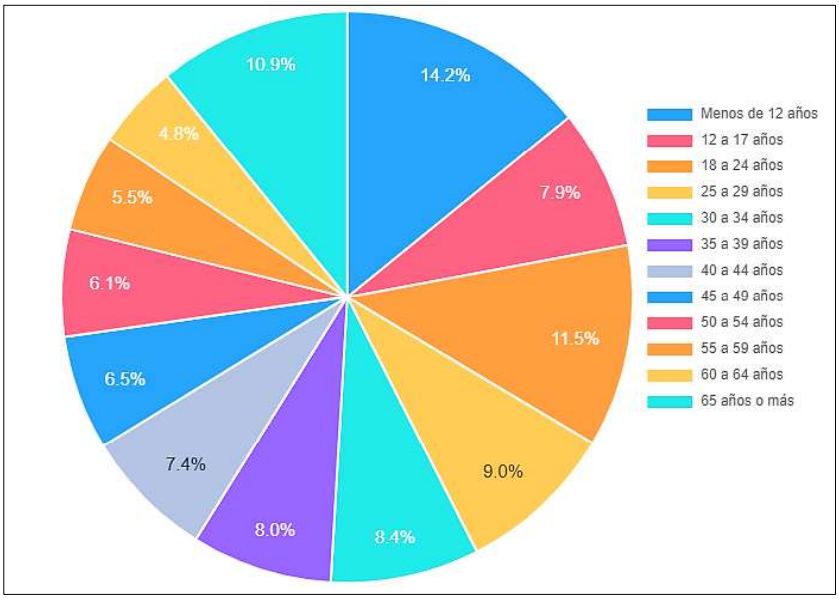
- **Distribución por edades.**

De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2023 Popayán tiene 264,558 personas mayores de 18 años: Los mayores de edad representan el 77.9% de la población de Popayán en 2023. Como se puede observar la figura 10.

Al analizar la distribución por edades de la población permitirá identificar segmentos de mercado específicos y adaptar la estrategia de marketing para esos segmentos.

Figura 10.

Población de Popayán cauca por edad proyección 2023.



Nota. Fuente Proyecciones del DANE para 2023 con base en el censo de 2018

- **Tasa de crecimiento de la población**

El crecimiento de la población aumenta la demanda dado que en mayor número de personas en la población general implica un aumento potencial en la demanda de productos, ya que la población crece, más personas buscan satisfacer las necesidades médicas, los consumidores pueden variar según su edad, estilo de vida, ingresos, entre otros factores.

- **La tasa de escolaridad**

La tasa de escolaridad puede tener un impacto positivo en la economía, si una mayor tasa de escolaridad implica un mayor nivel de educación de la población, lo que generalmente se relaciona con un mayor ingreso y una capacidad de compra además las personas con mayor nivel educativo pueden tener habilidades y conocimientos técnicos

que les permitan diseñar y optimizar procesos más sofisticados y atractivos para los clientes, lo que generaría un mayor interés y demanda por parte de los compradores.

6. **factor competitivo.**

La relación del sistema financiero y la economía de las ópticas se ve afectada cuando hay dificultades para obtener crédito, lo que limita la capacidad de las empresas de invertir en su crecimiento y expansión.

- **Las alianzas estratégicas**

Estas pueden impulsar el desarrollo y la competitividad del sector, estas alianzas permiten compartir recursos, conocimientos y clientes, lo que puede generar sinergias y oportunidades en el mercado.

- **La rotación del talento humano**

En una empresa puede impactar negativamente en la productividad y la calidad del trabajo dado que la falta de estabilidad y experiencia dificulta el desarrollo de proyectos y así lograr la satisfacción del cliente.

- **La entrada de nuevos competidores**

Genera más opciones para los consumidores, pero también incrementar la competencia lo que obliga a las empresas establecidas a innovar, mejorar la calidad y reducir los precios para mantener su cuota de mercado.

- **Los sustitutos**

hoy en día dependen de la variabilidad de materiales y la búsqueda de economías que surgen en industrias con implementación de tecnología muchos más alta.

MATRIZ POAM

la matriz POAM, la cual se construyó con base en las matrices de impacto de cada entorno. En ella se clasifican las oportunidades y amenazas con su intensidad e impacto, las cuales se clasifican en:

Tabla 5.

Análisis de amenazas y oportunidades de la empresa Opticalia.

	ALTA	MEDIA	BAJA
AMENAZA		X	
OPORTUNIDAD	X		
IMPACTO (AMENAZA)		X	
IMPACTO (OPORTUNIDAD)	X		

Análisis Amenaza.

Las amenazas de Opticalia son medios, debido a que la competencia intensa del mercado de las ópticas es altamente competitiva, lo que puede dificultar la diferenciación y la captación de clientes, también el hecho de que los cambios en las preferencias del consumidor es decir los gustos pueden cambiar rápidamente, lo que requiere una adaptación constante para mantenerse competente en el mercado.

También el aumento de los costos de materiales dado que los precios pueden aumentar y como resultado afectar la rentabilidad de la empresa, especialmente si se producen aumentos significativos y la inestabilidad económica ya que los períodos de desaceleración económica pueden disminuir la demanda de muebles, lo que afecta negativamente las ventas y los ingresos.

Análisis oportunidad

Las oportunidades de Opticalia son altas y se debe a varias variables como el crecimiento de la población de aumentando los posibles clientes lo cual presenta una oportunidad para que la empresa expanda su base de clientes, también el E-commerce y marketing digital dado que la venta en línea y las estrategias de marketing digital permiten llegar a un público más amplio y diverso, expandiendo el alcance y aumentando las ventas.

Es importante que estas amenazas y oportunidades se evalúen de manera constante para adaptarse a los cambios del mercado y aprovechar al máximo las ventajas competitivas.

Tabla 6.

Matriz POAM de la empresa Opticalia

MATRIZ POAM

Variables	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Factor Económico									
PIB					X			X	
Tasa Cambio					X				X
Inflación					X		X		
Tasa De Desempleo					X			X	X
Factor Político									
Normatividad	X						X		
Política Fiscales	X							X	
Regulaciones Ambiental					X			X	
Estabilidad Política				X			X		
Política incentivo empresarial					X				X
Factor Social - Cultural									
Diversidad Cultural				X			X		
Inseguridad				X				X	

Programas Sociales	X						X		
Política Salarial	X						X		
Desigualdad					X			X	
Factor Demográfico									
Tasa de Crecimiento De Población	X						X		
Distribución por edades	X						X		
Población total	X						X		
Tasa De Escolaridad.		X						X	
Factor Tecnológico									
Innovación Tecnologías	X						X		
Infraestructura de telecomunicaciones		X						X	
Acceso a internet.	X						X		
Seguridad digital		X						X	
Factor Ecológico									
Conciencia Ambiental	X							X	
Factor Competitivo									
Alianzas Estratégicas	X						X		
Nuevos Competidores				X			X		
Sustitutos	X							X	
Rotación Talento Humano				X				X	

Análisis matriz POAM

- Análisis Factor Económico.

En el análisis del factor económico de Opticalia, se puede observar que el crecimiento de la población crea oportunidad para las ópticas, pero es importante tener en cuenta que la disponibilidad de ingresos del consumidor en la economía también afectará la disposición para gastar. Si los consumidores no tienen suficientes ingresos o no confían en la economía, es probable que reduzcan sus gastos además la competencia en el mercado también juega un papel importante en la determinación de precios y rentabilidad.

- Análisis del factor político.

El factor político crucial a las políticas gubernamentales relacionadas con el sector salud pueden tener un impacto significativo. Además, las regulaciones y normativas comerciales pueden afectar las operaciones y el crecimiento de la empresa. Es importante estar al tanto de los cambios en las políticas gubernamentales y trabajar en estrecha colaboración con el gobierno para garantizar un entorno favorable para el negocio.

- Análisis del factor social – cultural.

En el análisis del factor social, es importante considerar los cambios en los comportamientos y preferencias de los consumidores. La moda, las tendencias de diseño y los estilos de vida influyen en la compra de productos ópticos.

Comprender los gustos y necesidades cambiantes de los consumidores, así como adaptarse a los cambios generacionales y culturales, puede ayudar a Opticalia a mantenerse relevante y competitiva en el mercado.

- Análisis del factor demográfico.

La edad de los consumidores puede influir en sus preferencias, por ejemplo, los jóvenes pueden optar por diseños más modernos como los lentes transitions mientras que los adultos mayores pueden preferir un estilo más básico para sus vistas, más tradicionales. Los ingresos también pueden determinar la capacidad de los consumidores para comprar.

- Análisis del factor tecnológico.

El factor tecnológico es crucial en la venta online y el marketing digital son aspectos importantes para considerar, ya que esta nos permite brindar una atención más personalizada, llegar a un mercado nuevo y generar ventas 24/7 entre otros beneficios.

- Análisis factor ecológico.

Se refiere a la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles y comunican su compromiso con el medio ambiente pueden ganar una ventaja competitiva en el mercado.

- Análisis del factor competitivo.

El análisis del factor competitivo implica evaluar la presencia y estrategias de los competidores en el mercado de las ópticas. Al Identificar a los principales actores del mercado, entender sus fortalezas y debilidades, así como analizar las estrategias de precios y promoción puede ayudar a la empresa a desarrollar una ventaja competitiva.

Tabla 7.

Análisis de fortalezas y debilidades de la empresa Opticalia.

	ALTA	MEDIA	BAJA
FORTALEZA	x		
DEBILIDAD		X	
IMPACTO (FORTALEZA)	x		
IMPACTO (DEBILIAD)		x	

Análisis fortaleza.

Las fortalezas de Opticalia son altas, debido a que se han desarrollado a lo largo del tiempo con esfuerzo y dedicación, logrando posicionar la empresa en el mercado, además cuentan con un equipo de profesionales altamente capacitados, una amplia variedad de productos oftálmicos, una ubicación estratégica en un área de alto tráfico, una buena

reputación en la comunidad y relaciones estables con proveedores confiables logrando a atraer posibles clientes, generando nuevas ganancias y un crecimiento para la óptica.

Análisis Debilidad.

Las debilidades de Opticalia son medianas, dado a que inicialmente en su comercio electrónico no cuentan con una pasarela de pagos, también una falta de marketing y promoción efectiva para dar conocimiento a la empresa, además una competencia fuerte en el mercado local.

Tabla 8.

Matriz PCI de la empresa Opticalia

CAPACIDADES	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Capacidad Directiva									
Control Gerencial						x	x		
Liderazgo	x						x		
Planeación Estratégica				x				x	
Capacitación y motivación al equipo.		x						x	
Toma De Decisiones	x						x		
Capacidad Competitiva									
Precios Competitivos	x						x		
Calidad Del Producto	x						x		
Portafolio De Servicios	x							x	
Lealtad Y Satisfacción Del Cliente	x						x		
Publicidad						x		x	
Capacidad Tecnológica									
Innovación		x					x		
Nivel Tecnológico		x					x		
Acceso A Distintas Plataformas De Pago	x							x	
Capacidad Financiera									
Capacidad De Inversión En Nuevos Proyectos		x					x		

Elaboración De Presupuesto				x				x	
Rentabilidad		x					x		
Capacidad De Satisfacer La Demanda		x						x	
Habilidad Para Competir En Precios	x						x		
Capacidad Talento Humano									
Trabajo En Equipo	x						x		
Motivación	x							x	
Nivel De Remuneración	x							x	
Nivel Académico De Talento Humano							x	x	
Estabilidad	x						x		

Análisis matriz PCI

- Análisis capacidad directiva.

La capacidad directiva de Opticalia se puede evaluar considerando aspectos como la organización y coordinación del personal, la capacitación y motivación del equipo, la toma de decisiones efectiva, la gestión de recursos y la planificación estratégica.

Una buena capacidad directiva puede influir positivamente en la eficiencia operativa y el éxito general del negocio, Opticalia es una empresa donde cuenta con unas fortalezas alta en liderazgo y toma de decisiones, esto debido a que la gerente de la empresa hace uso de su capacidad para tomar decisiones, así mismo se preocupa por ser un líder para sus trabajadores por lo que en la empresa genera un impacto alto ya que sin sus decisiones y liderazgo no se llevarían a cabo esas estrategias que benefician a la empresa.

- Análisis capacidad competitiva.

La capacidad competitiva de Opticalia se puede evaluar considerando aspectos como la calidad y variedad del portafolio y servicios ofrecidos, la atención al cliente, la diferenciación en el mercado.

Opticalia cuenta con unas fortalezas altas en precios competitivos y la calidad del producto, esto debido a que la empresa busca competir con productos y atención personalizados que estén al alcance económico del cliente, generando un impacto alto, ya que la empresa ante los clientes se ha dado a conocer por sus productos de calidad y asequibles en precio, esta alta capacidad genera ventajas frente a la competencia logrando fidelizar a los clientes.

- Análisis capacidad tecnológica.

La capacidad tecnológica de Opticalia se puede evaluar considerando aspectos como la innovación, nivel tecnológico, acceso a distintas plataformas de pago; en la empresa encontramos una fortaleza media como la innovación, dado que la empresa cuenta con lo último en oftalmometro utilizado para las consultas optómetras el cual ayuda a dar al paciente un diagnóstico más preciso y así formular un lente idóneo para esta, teniendo un impacto alto dentro de la empresa logrando una fidelización del cliente.

- Análisis capacidad financiera.

La capacidad financiera de Opticalia se puede evaluar considerando aspectos como capacidad de inversión en nuevos proyectos, elaboración de presupuesto, rentabilidad, capacidad de satisfacer la demanda habilidad para competir en precios.

Opticalia cuenta con la capacidad de inversión en nuevos proyectos es una fortaleza media, esto debido a que cuentan con el suficiente capital ocasionado por contratos que le han generado ganancias, teniendo un impacto alto ya que la empresa se caracteriza por crear una atención personalizada a sus clientes.

- Análisis talento humano.

La capacidad talento humano de Opticalia se puede evaluar considerando aspectos como trabajo en equipo, motivación, nivel de remuneración, nivel académico de talento humano, estabilidad, Opticalia en el trabajo en equipo es una fortaleza alta, dado que en la atención del cliente el personal tiene su función correspondiente haciendo que se dediquen especialmente en lo que le corresponde, para así poder lograr una venta final, teniendo un impacto alto dentro de la empresa porque sin trabajo en equipo las estrategias y objetivos planteados no se cumplirían y por ende generan pérdidas para la empresa.

DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA OPTICALIA (MATRIZ DOFA).

Tabla 9.

Matriz DOFA de la empresa Opticalia.

FACTORES EXTERNOS / FACTORES INTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Realización de ventas en línea. 2. Generar atención personalizada al cliente. 3. Productos de calidad. 4. Alianzas estratégicas con médicos oftálmicos. 5. Incremento de la conciencia sobre la importancia del cuidado de la vista. 6. Diseño de programas de publicidad que sean eficaces.	1. Incremento en el costo de productos ópticos. 2. Cambios en las tendencias de la moda y preferencias de los consumidores. 3. Apertura de nuevas ópticas. 4. Crisis económica que podría afectar el poder adquisitivo de los clientes.

FORTALEZAS	ESTRATEGIAS F-O	ESTRATEGIAS F-A
1. Amplia variedad de productos oftálmicos y de calidad. 2. Buena ubicación de la tienda en área comercial de alto tráfico. 3. Personal capacitado y especializado en el cuidado de la vista como médicos especialistas oftálmicos. 4.Fuerte presencia en el mercado local. 5. Satisfacer las necesidades del consumidor. 6. La óptica lleva más de 7 años en el mercado. 7. Trabajo en equipo 8. Capacidad de endeudamiento	1. (F1-O1) Organizar, el catálogo de productos en la plataforma con imágenes claras y especificaciones con filtros y promociones. 2. (F2-O2) Ofrecer canales de comunicación y así brindar diferentes opciones de comunicación, como correo electrónico, chat en vivo, teléfono y redes sociales. 3. (F3-O3) Capacitar el equipo de trabajo en atención al cliente y así brindar una atención amigable, accesible y personalizada. 4. (F4-O4) Mejorar estrategias del comercio electrónico a través de promoción de productos y servicios de Opticalia y desarrollar alianzas estratégicas con EPS, IPS. 5.(F5-O5) Publicar toda la variedad de productos y servicios de Opticalia a través de las plataformas online. (Redes sociales).	1. (F1-A1) Buscar proveedores que manejen un buen precio y calidad de productos. 2. (F2-A2) Realizar campañas de conciencia sobre el cuidado de la vista Y informar del cuidado de los productos oftálmicos. 3. (F3-A3) Brindar un servicio al cliente excepcional capacitando a el equipo para que sea amable, paciente y receptivo a las necesidades de los clientes, como valor agregado para diferenciarnos de la competencia del mercado.
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS DO**	**ESTRATEGIAS DA**

1. Altos costos operativos debido a el costo del alquiler local. 3. Competencia fuerte de otras ópticas en el área. 4. Falta de una presencia sólida en el mercado digital. 5. bajo manejo de marketing digital. 6. no manejo de pasarelas de pago.	1. (D1-O1) Al momento de incrementar las mejoras de las ventas en línea la empresa va a tener más oportunidad de generar ingresos. 2. (D2-O2) Fortalecer el negocio actual con pasarelas de pago con el fin de generar más ganancias. 3. (D3-O3) Implementar programas de publicidad con el fin de posicionar la empresa en el mercado. 4. (D4-O4) Implementar una idea pasarela de pago adecuada y así impulsar el crecimiento y aprovechar nuevas oportunidades de mercado 5. (D5-O5) Generar ofertas especiales (2x1, temporadas especiales de descuento, examen de valoración y optometría gratuito).	1. (D1-A1) Fortalecer la relación con los proveedores estableciendo negociaciones a largo plazo, y gestionando mejores costos de los productos y así tener precios competitivos en el mercado. 2. (D2-A2) Desarrollar una estrategia de marketing sólida que resalte las fortalezas de la empresa y destaque lo que nos diferencia. 3. (D3-A3) Contratar un personal profesional encargado de la gestión de los clientes en las plataformas de comercio electrónico y demás redes digitales de la empresa, buscando la satisfacción de los clientes.

7. MISION Y VISION DE LA EMPRESA

7.1 MISIÓN

Somos una compañía dedicada al cuidado de la salud visual de las personas del departamento del Cauca, que cuenta con profesionales idóneos que buscan diagnosticar, adaptar dispositivos ópticos y prevención, además contamos con equipos tecnológicos aptos para ofrecer confiabilidad a los usuarios.

7.2 VISIÓN

Opticalia será una compañía líder en brindar servicios para el cuidado de la salud visual, contará con la más alta calidad en sus líneas de productos y brindando excelente atención para mejorar su salud visual, ofreciendo experiencias memorables.

8. IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA OPTICALIA

8.1 LOGOTIPO

Figura 11.

Logo tipo empresa Opticalia

Nota. Fuente página web Opticalia 2023.

Figura 12.

Propuesta de logo para la empresa Opticalia.

8.2 COLORES CORPORATIVOS (SIGNIFICADO DE LOS COLORES)

- **AZUL EMPRESA OPTICALIA**

El color azul se asocia comúnmente con la confianza, la tranquilidad, la sinceridad y la estabilidad logrando transmitir un mensaje de profesionalismo y calidad, lo que puede generar confianza entre tus clientes además de transmitir una imagen moderna y tecnológica.

- **COLORES Y ELEMENTOS QUE COMPONEN LA PROPUESTA DE LOGO PARA EMPRESA OPTICALIA.**

COLORES

VERDE AGUAMARINA Y BLANCO

La elección de estos colores es debido a que transmiten una sensación de frescura, calma y pureza. El verde puede evocar la naturaleza y la salud, lo cual puede ser apropiado para una óptica que se dedica al cuidado de la visión. El blanco transmite limpieza y claridad, lo cual es importante en un entorno relacionado con la salud visual. Y en conjunto estos colores ayudan a crear una imagen de confianza y profesionalismo para Opticalia.

TIPOGRAFIA

Lo que se buscó en la tipografía de la propuesta de este logo es transmitir profesionalismo y confianza. Una fuente la cual se trató de mantener similar a el logo actual, lo que se quiere es comunicar la dedicación al detalle y la precisión que se espera de una óptica, logrando establecer una identidad visual y coherente.

ICONOS

Los iconos agregan un elemento visual reconocible y distintivo, además los iconos relacionados con gafas, ojos u otros elementos ópticos ayudan a transmitir de una manera instantánea la naturaleza del negocio y así captar la atención de los clientes.

9. ACTIVIDADES DE MERCADEO ELECTRONICO A DESARROLLAR PARA LA EMPRESA.

Según el análisis que se le realizado a la empresa Opticalia se concluyó que es de importancia implementar ciertas estrategias de comercio electrónico tales como el sitio web, marketing en redes sociales, marketing por dispositivos móviles , marketing viral debido a que se considera que son las más viables para Opticalia ya que no se va a

requerir de mucha inversión para implementarlas, además de estas se obtiene una gran ventaja ya que son páginas, redes sociales de alto consumo por la sociedad, que permiten a las empresas crecer y darse a conocer más con sus productos con el fin de volver más competitiva la óptica, también analizando la estrategia de las pasarelas de pago dado a que nos generan mayor seguridad al vender en línea, más opciones de pago a clientes cuando realicen las compras digitales, por ende, logrando aumentar el volumen de clientes con E-Commerce.

9.1 SITIO WEB (WEB SITE)

El análisis de la situación actual del sitio web en Opticalia se realiza considerando varios aspectos relevantes, como el diseño, la facilidad del sitio si es practico, es decir de fácil navegación, la organización de la información y la estética general.

Opticalia referente a su página web tiene información completa a la información de su portafolio de productos, características, y su costo, pero su contenido es muy general, es decir Opticalia al contar con varias sedes a nivel nacional y mundial su página web maneja un portafolio de productos de todas sus sedes, por ende, productos que Opticalia Popayán ubicada centro comercial Campanario no maneja, como lo son lentes de sol con sus diferentes marcas.

Otro punto para considerar es la interacción con sus usuarios, la página web cuenta con opciones de comentarios, chats y formularios de contacto, para realizar una atención más personalizada y en su caso realizar citas con optómetras, en la ubicación geográfica que más le favorezca al cliente.

Un sitio web exclusivo para Opticalia Popayán permite la promoción de los productos específicos que esta maneja en su portafolio de servicios. La creación de un sitio web

permitirá a los usuarios explorar y comprar productos en línea con su pasarela de pago, mejorando la accesibilidad y seguridad al momento de realizar las compras online obteniendo un mayor alcance en el mercado.

9.1.2 OBJETIVO

El objetivo principal de Opticalia con su página web es brindar a los usuarios una experiencia digital completa y satisfactoria, ofreciendo información clara, detallada, sobre su portafolio de productos y servicios, así como facilitar la forma de pago online y el contacto directo con sus clientes logrando un canal de comunicación efectivo, generando confianza y fortaleciendo la relación con los clientes actuales y potenciales.

Algunos objetivos específicos podrían incluir:

- Promocionar los productos y servicios disponibles en la tienda física, como lentes de contacto, gafas graduadas, entre otros.
- Brindar información sobre los diferentes servicios que ofrece la empresa, como exámenes de la vista, consultas con optómetras, la adaptación de lentes de contacto, diseño de monturas, entre otros.
- Permitir a los usuarios realizar citas directamente a través del sitio web, agilizando el proceso.
- Facilitar la comunicación y el contacto directo con la empresa mediante la inclusión de formularios de contacto, números de teléfono y chat en línea.

9.1.3 ESTRATEGIA

Analizar la viabilidad de crear una página web exclusiva para Opticalia Popayán ubicada en el centro comercial campanario, que cuente con los siguientes factores.

- Diseño atractivo

  Un diseño visualmente atractivo y profesional fundamental para captar la atención de los clientes, con colores armoniosos, tipografías legibles y elementos gráficos llamativos, manteniendo una estética coherente con la óptica.

- Contenido actualizado

  Proporcionar información detallada, precisa y actualizada sobre, el portafolio de productos y servicios.

- Pasarelas de pago

  Una pasarela de pago confiable agiliza la compra segura, aumenta las ventas y genera confianza en las transacciones y la protección de datos personales garantizando la satisfacción de los clientes.

9.1.4 PLAN DE ACCIÓN

Figura 13.

Plan de acción empresa Opticalia.

OPTICALIA

PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Definir los objetivos claros que se desean lograr con la nueva página web, como aumentar la visibilidad de la marca, atraer nuevos clientes y mejorar la experiencia del usuario.	Consultorio Empresarial univercitario	5 Dias	$0
Realizar una investigación de mercado objetivo y competidores, analizando qué tipo de páginas web están teniendo éxito y sus características que se pueden incorporar .	Consultorio Empresarial univercitario	15 Dias	$0
Trabajar con un diseñador web para crear el diseño y la estructura para una página web atractiva y funcional asegurando que el diseño refleje la identidad de la marca y que la estructura sea fácil de navegar para los clientes.	Diseñador web	2 Dias	$50.000
Identificar recursos de Opticalia para desarrollar el sitio web	Contador Opticalia	5 Dias	$0
Trabajar con diseñador web para la creación de la pagina web	Diseñador web	15 Dias	$500.000

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

OPTICALIA

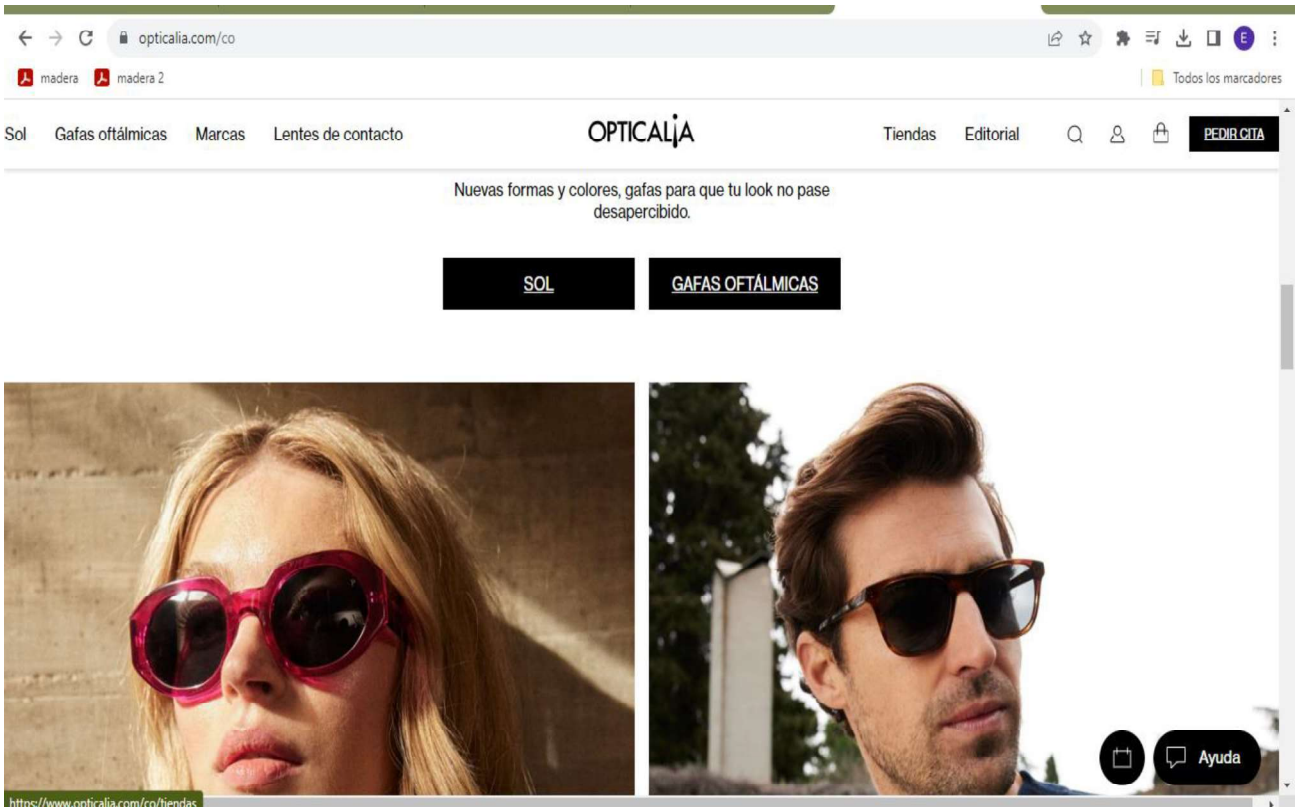
PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Prueba y revisión de página web, realizando pruebas en diferentes dispositivos y navegadores para asegurarte de que funcione correctamente y que la experiencia del usuario sea óptima. Realizando ajustes si es necesario.	área comercial Opticalia	1 Dia	$0
Lanzamiento y promoción a través de canales de marketing existentes, como redes sociales,	Marketing diguital	1 Dia	$100.000
Integración de herramientas de seguimiento como Google Analytics, para monitorear el tráfico de tu página web, las conversiones y el comportamiento de los usuarios, y as realizar mejoras continuas.	Diseñador web	2 Dias	$50.000
Monitoreo y mantenimiento de página web actualizada con contenido fresco y relevante. Realizando análisis regulares de su rendimiento y ajustes según los resultados obtenidos	Marketing digital	5 Dias	$0
		TOTAL:	$700.000

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

Anexo 1

Página web Opticalia.



10. POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BUSQUEDA WEB.

10.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El posicionamiento en motores de búsqueda web es de vital importancia para la empresa, ya que permite aumentar la visibilidad y alcanzar un mayor número de clientes, además al estar bien posicionado en los resultados de búsqueda se aumentan las probabilidades de que los usuarios encuentren la página web antes que la de los competidores.

El posicionamiento en motores de búsqueda es una estrategia efectiva y rentable para mejorar la presencia en línea y garantizar el éxito a largo plazo de la empresa.

Se utilizan herramientas como Google Keyword Planner para obtener información sobre el volumen de búsqueda y la competencia de estas palabras clave.

este análisis debe ser realizado de manera constante, ya que el posicionamiento en los motores de búsqueda es dinámico y puede cambiar con el tiempo.

10.2 OBJETIVO

El objetivo principal es ayudar a los usuarios a encontrar y acceder fácilmente a la información relevante que están buscando, brindando una experiencia positiva al usuario, mejorando la usabilidad, la velocidad de carga, la estructura y la relevancia del contenido de tu página web logrando un buen posicionamiento en los motores de búsqueda, aumentas la visibilidad y la posibilidad de atraer tráfico al sitio web, lo que puede conducir a ventas para la empresa.

10.3 ESTRATEGIA

La estrategia para lograr un posicionamiento en motores es utilizar las herramientas que brinda los análisis de páginas web, logrando un posicionamiento en los motores de búsqueda a pesar de que es un proceso constante, requiere tiempo y esfuerzo, se puede logar con un monitoreo regular de resultados y realizar ajustes en la estrategia según sea necesario.

10.4 PLAN DE ACCIÓN

Figura 14

plan de acción posicionamiento en motores de búsqueda web empresa Opticalia.

OPTICALIA

PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Optimización del sitio web bien diseñado, sea fácil de navegar y esté optimizado para los motores de búsqueda, lo cual incluye el uso de palabras clave, y una estructura de enlaces internos clara.	Diseñador web	1 Dia	$200.000
Realizar una investigación exhaustiva de palabras clave Utilizando herramientas gratuitas como Google Keyword Planner para obtener ideas de palabras clave y analizar su volumen de búsqueda.	Marketing digital Opticalia	1 Dia	$0
Desarrollar contenido útil como artículos sobre consejos de cuidado ocular, marco adecuado, entre otros. Asegurando que el contenido sea único, informativo y de calidad para atraer a los motores de búsqueda y a los usuarios.	Marketing digital Opticalia	3 Dias	$150.000
Optimización de la velocidad del sitio web es un factor importante para el posicionamiento en los motores de búsqueda, utilizando herramientas de compresión para reducir el tiempo de carga del sitio web	Diseñador web	1 Dias	$300.000
Optimización móvil para dispositivos móviles, ya que un número cada vez mayor de personas realiza búsquedas desde sus teléfonos inteligentes y tabletas por lo que un sitio web fácil de usar puede mejorar significativamente el posicionamiento en los motores de búsqueda.	Diseñador web	5 Dias	$520.000
		TOTAL:	$1.170.000

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

11. MARKETING EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA MARKETING)

11.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El marketing en redes sociales es determinante para mantener una interacción más cercana con los clientes, los potenciales clientes y aunque Opticalia cuenta con todas estas redes (Facebook. Instagram, tiktok) su interacción es muy baja, no cuentan con el personal para mantener esa comunicación constante con los potenciales clientes, además una a buena estrategia de marketing en redes sociales permite mejorar la imagen, reputación y autoridad de la empresa, aumentar las interacciones con clientes y tener un mejor posicionamiento en motores de búsqueda.

11.2 OBJETIVO

- Aumentar la visibilidad de tu óptica utilizando las redes sociales de manera efectiva, aumentando la exposición del portafolio de productos y servicios.
- Generar tráfico en el sitio web mediante una estrategia de contenido relevante y llamativo, donde los posibles clientes podrán obtener más información sobre los productos, hacer citas o realizar compras en línea.
- Aumentar las ventas mediante las redes sociales promocionando ofertas especiales, descuentos exclusivos.

11.3 ESTRATEGIA

La estrategia busca aumentar la visibilidad de la óptica, generar tráfico a al sitio web, aumentar las ventas, mejorar la interacción con los clientes, teniendo en cuenta que las plataformas de redes sociales tienen sus particularidades, por lo que es importante adaptar estrategias en función de las características de cada una manteniendo una actitud

proactiva, probando diferentes enfoques y, sobre todo, mantener una presencia constante y auténtica en las redes sociales.

La estrategia de creación de contenido atractivo y relevante para la audiencia como, por ejemplo, consejos de cuidado ocular, información sobre las últimas tendencias lentes, promociones especiales, testimonios de clientes satisfechos, entre otros, mediante imágenes y videos de alta calidad, también mantener una programación de publicaciones regulares manteniendo una presencia constante en las redes sociales.

11.4 PLAN DE ACCIÓN.

Figura 15

Plan de acción marketing en redes sociales empresa Opticalia

OPTICALIA

PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Creación de contenido atractivo y relevante para la audiencia	Marketing digital Opticalia	1 Dia	$0
Investigar y comprender a audiencia objetiva, conocer sus intereses, necesidades y comportamiento en las redes sociales esto ayudará a crear contenido relevante y atractivo para ellos	Marketing digital Opticalia	3 Dia	$0
Identifica las redes sociales donde se encuentra la audiencia objetivo y enfocar esfuerzos en esas plataformas. Algunas opciones populares podrían ser Instagram, Facebook, Twitter y tiktok.	Marketing digital Opticalia	3 Dias	$0
Interacción y participación respondiendo a los comentarios, preguntas y mensajes de seguidores de manera oportuna y amigable fomentando la participación y el compromiso con la audiencia realizando preguntas, oh respondiéndolas.	Marketing digital Opticalia	1 Dias	$0
Realiza un seguimiento regular de resultados en las redes sociales utilizando herramientas de análisis así saber que contenido funciona mejor, cuáles son los momentos de mayor interacción y realiza ajustes en la estrategia según los datos obtenidos.	Marketing digital Opticalia	5 Dias	$0
		TOTAL:	$1.500.000

NOTA: el monto del presupuesto es debido a un precio fijo mensual para personal de marketin digital

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

Figura 16

Pagina de instagram de Opticalia

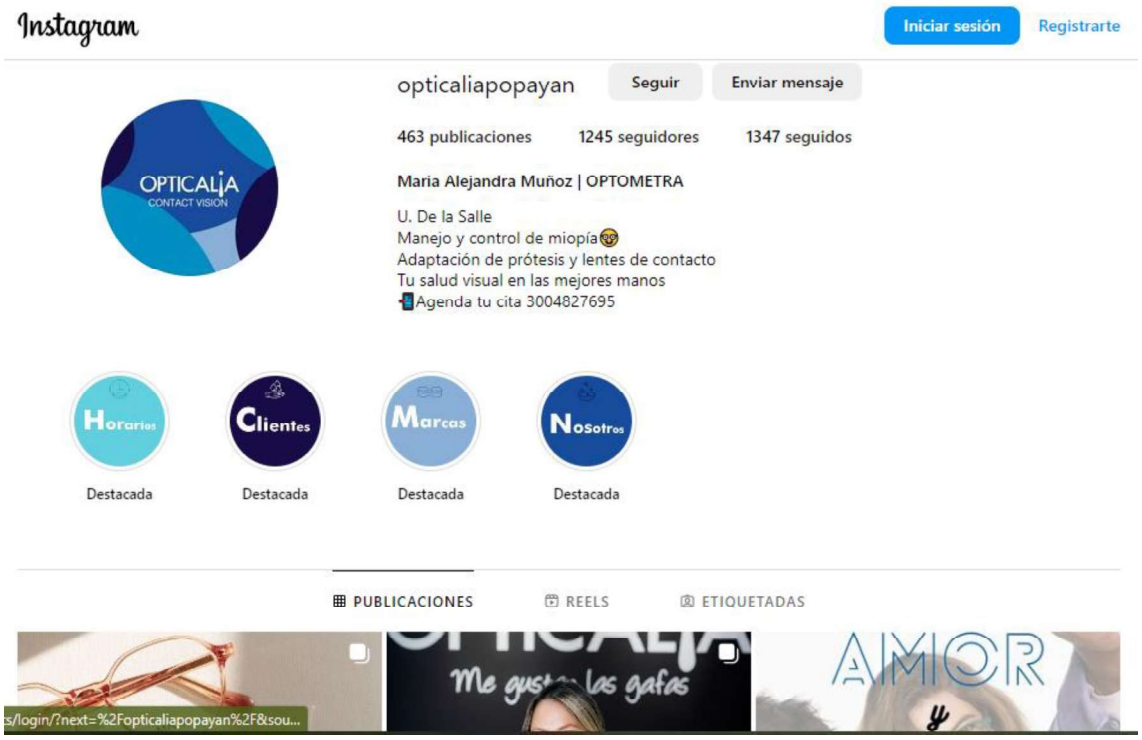


Figura 16

Pagina Facebook Opticalia.

12 MARKETING DISPLAY (DISPLAY MARKETING)

12.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El Marketing Display es una estrategia que busca utilizar la publicidad gráfica como un método para atraer a la audiencia de un sitio web, blog, plataforma de redes sociales u otros medios digitales para realizar una acción específica, aunque Opticalia cuenta con este marketin es muy baja su interacción con el cliente, dado a que no publica constantemente.

12.2 OBJETIVO

El objetivo es que estos anuncios impacten en un público muy concreto, afín al público de la marca anunciante logrando anuncios dirigidos a aumentar las ventas.

12.3 ESTRATEGIA

Implementar estrategias de marketing digital para dirigirse a usuarios enseñando anuncios específicos de los productos vistos, sus características, su cuidado entre otros, y así incentivar a los usuarios a la compra. Además los anuncios dinámicos que muestren automáticamente productos que se encuentran en historial de navegación y compras anteriores mejoran la personalización de los anuncios para aumentar la relevancia y la conversión.

12.4 PLAN DE ACCIÓN

Figura 17

Plan de acción marketing display empresa Opticalia

OPTICALIA

PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Segmentación de audiencia objetiva en función de comportamientos online lo que permite dirigir anuncios de forma más efectiva a personas que están más propensas a estar interesadas en los servicios.	Marketing digital Opticalia	5 Dia	$0
Selección de sitios web relevantes donde se enseñan anuncios, crucial para asegurar a tu público objetivo.	Marketing digital Opticalia	3 Dia	$0
crear anuncios display pueden ser estáticos o interactivos que llamen la atención de los usuarios y generen interés en la empresa	Marketing digital Opticalia	5 Dias	$135.000
El retargeting permite mostrar anuncios a personas que ya han visitado el sitio web pero no han realizado una compra. Al mostrarles anuncios personalizados, puedes recordarles la marca y motivarlos a regresar y completar la compra	Marketing digital Opticalia	1 Dias	$0
Realiza un seguimiento regular de las métricas clave, como clics, impresiones y conversiones, para evaluar la efectividad de la estrategia. Con base en estos datos, ajusta y optimiza anuncios para maximizar los resultados	Marketing digital Opticalia	5 Dias	$0
		TOTAL:	$135.000

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

Figura 18

Marketing display empresa Opticalia

13. MARKETING POR DISPOSITIVOS MOVILES (MOBILE MARKETING)

13.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Como bien se sabe en esta época y con el constante cambio, es más notable el aumento del uso de los teléfonos celulares, estos hacen parte de nuestro día a día, por lo que invertir en estrategias de marketing que tengan como objetivo el móvil es esenciales para cualquier negocio además invertir en campañas que se adopten a dispositivos móviles permite alcanzar un mayor número de personas y fomentar la comunicación entre los usuarios entre sí y entre los usuarios y el negocio, mejorando la confiabilidad de este y aumentando su reputación. Actualmente Opticalia cuenta de un dispositivo móvil donde se realiza la atención al cliente ocho horas diarias se dispone de un único número

móvil para ventas que está disponible durante las 12 horas del día, también este número está ligado a todas las redes sociales.

13.2 OBJETIVO

Relacionarse con los clientes a través de funcionalidades de los dispositivos móviles, como lo es local Mobile marketing específicamente por WhatsApp en celulares, o WhatsApp web, WhatsApp bussines implementando el portafolio de productos donde se pueda hacer pedidos, que permita hacer pagos, además esto puede mejorar la comunicación con los clientes.

13.3 ESTRATEGIA

La estrategia es un sitio web y diseño responsivo optimizado para dispositivos móviles que ofrezca una experiencia de navegación fluida y atractiva que permitirá a los usuarios acceder fácilmente a información sobre productos, servicios, ubicación y horarios de atención, también podemos considerar desarrollar una aplicación móvil lo que puede ofrecer funcionalidades adicionales como la consulta de inventario, reserva de citas, seguimiento de pedidos o promociones exclusivas, esto complementado con publicidad móvil para enviar anuncios relevantes a los usuarios que estén en la base de datos.

13.4 PLAN DE ACCIÓN

Figura 19

Plan de acción marketing por dispositivos empresa Opticalia

OPTICALIA

PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Envía mensajes de texto o notificaciones push a tus clientes existentes para informarles sobre descuentos, promociones especiales o recordatorios de citas	Marketing digital Opticalia	1 Dia	$0
Uso de códigos QR: son una excelente manera de dirigir a los usuarios móviles directamente a contenido relevante, como páginas de productos específicos o formularios de contacto. .	Marketing digital Opticalia	3Dia	$0
sitio web y diseño responsivo optimizado para dispositivos móviles que ofrezca una experiencia de navegación fluida		2 Dias	$135.000
publicidad móvil para enviar anuncios relevantes a los usuarios que estén en la base de datos.	Marketing digital Opticalia	1 Dias	$0
		TOTAL:	$135.000

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

14. MARKETING VIRAL (VIRAL MARKETING)

14.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El marketing viral en las ópticas es una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad y promover los productos y servicios que esta ofrece. Las redes sociales y plataformas de video permiten a las ópticas compartir contenido educativo sobre cuidado visual, consejos de estilo y tecnología de vanguardia en lentes y monturas. Además, el marketing viral en las ópticas hoy en día aprovecha las tendencias digitales y la creatividad para establecer un vínculo con el público y generar interés en sus productos, a pesar de que Opticalia cuenta con algunos videos subidos a ciertas plataformas no han tenido el impacto que se desea.

14. 2 OBJETIVO

El objetivo del marketing viral es aumentar la visibilidad de la marca y generar un mayor alcance y reconocimiento a través de estrategias creativas y contenido compartible, se busca que el mensaje de la óptica se difunda entre la audiencia de manera orgánica y rápida.

Al crear contenido atractivo, emocionante o útil, se espera que los usuarios lo compartan con sus amigos, familiares y seguidores en redes sociales por lo que ayuda a promocionar los productos y servicios de la óptica, sino que también puede generar un aumento en el tráfico en línea, visitas en tienda y potencialmente, convertir a los espectadores en clientes.

14.3 ESTRATEGIA

Crear contenido que sea atractivo, interesante y emocionalmente impactante aprovecha el poder de las redes sociales para difundir tu contenido y si este es divertido, útil o conmovedor, es más probable que los usuarios quieran compartirlo en sus redes.

El marketing viral no es algo que se pueda garantizar, pero al implementar buenas estrategias se puede aumentar posibilidades de que el contenido se comparta ampliamente, también es importante monitorear y responder activamente a los comentarios y menciones relacionados con el contenido viral para aprovechar al máximo su impacto.

14. 4 PLAN DE ACCIÓN

Figura 20

Plan de acción marketing viral empresa Opticalia

OPTICALIA

PLAN DE ACCION EMPRESA OPTICALIA

ACTIVIDADES	RASPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Crea contenido que sea atractivo, interesante y emocionalmente impactante aprovecha el poder de las redes sociales para difundir tu contenido y si este es divertido, útil o conmovedor, es más probable que los usuarios quieran compartirlo en sus redes	Marketing digital Opticalia	1 Dia	$50.000
Utiliza las redes sociales, publicar en plataformas populares como Facebook, Instagram, y utiliza hashtags relevantes para aumentar la visibilidad de tu contenido	Marketing digital Opticalia	3Dia	$50.000
Trabajar con influencers relevantes para promocionar la empresa y sus productos buscando llegar a una audiencia más amplia y generar un mayor impacto viral		4 Dias	$735.000
Crea contenido que evoca emociones fuertes como la alegría, la sorpresa, la indignación o la nostalgia ya que las emociones suelen motivar a las personas a compartir contenido con sus redes.	Marketing digital Opticalia	6 Dias	$50.000
		TOTAL:	$885.000

Centro comercial Campanario
Local 103A Cra. 9 #24AN-21
28353505
Opticalia.com

15. CRONOGRAMA DE EJECUCION DEL PLAN DE MERCADEO ELECTRONICO (1 AÑO)

TABLA 10.
Cronograma plan de mercadeo electrónico empresa Opticalia.

No.	ACTIVIDAD / HERRAMIENTA DE MERCADEO ELECTRONICO	1M	2M	3M	4M	5M	6M	7M	8M	9M	10M	11M	12M
1	SITIO WEB (WEB SITE)	X	X	X									
2	POSICIONAMIENTO ORGANICO EN MOTORES DE BUSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION - SEO)		X	X									
3	MARKETING EN MOTORES DE BUSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE MARKETING - SEM)			X	X	X							
4	MARKETING POR CORREO ELECTRONICO (EMAIL MARKETING)			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	MARKETING EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA MARKETING)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
6	MARKETING DISPLAY (DISPLAY MARKETING)		X	X		X	X		X	X		X	X
7	MARKETING POR DISPOSITIVOS MOVILES (MOBILE MARKETING)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8	MARKETING VIRAL (VIRAL MARKETING)				X	X	X	X	X	X	X	X	X

16. PRESUPUESTO GLOBAL DEL PLAN DE MERCADEO ELECTRONICO

Tabla 11.
Presupuesto global mercadeo empresa Opticalia.

ACTIVIDAD / HERRAMIENTA DE MERCADEO ELECTRONICO	INVERSION
SITIO WEB (WEB SITE)	**$ 700.000**
POSICIONAMIENTO ORGANICO EN MOTORES DE BUSQUEDA WEB (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION - SEO)	**$ 1.170.000**
MARKETING EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA MARKETING)	**$ 1.500.00**
MARKETING DISPLAY (DISPLAY MARKETING)	**$ 135.000**
MARKETING POR DISPOSITIVOS MOVILES (MOBILE MARKETING)	**$ 135.000**
MARKETING VIRAL (VIRAL MARKETING)	**$ 885.000**
TOTAL	**$ 4.525.000**

17. CONCLUSIONES

En conclusión, el marketing digital ha demostrado ser una herramienta poderosa y efectiva para las ópticas en la promoción de sus productos y servicios, el uso estratégico de diversas tácticas y canales digitales, las ópticas pueden alcanzar a su público objetivo de manera más precisa y eficiente.

Al implementar una estrategia de marketing digital, en Opticalia se aumentan su visibilidad en línea, llegar a una audiencia más amplia y generar un mayor interés en sus productos. El marketing digital permite una mayor segmentación de mercado, lo que significa que los mensajes y promociones individuales pueden adaptarse a diferentes grupos demográficos y necesidades específicas.

La presencia en redes sociales, el marketing de contenidos y publicidad digital son solo algunas de las estrategias clave que Opticalia puede aprovechar para destacar en el competitivo mundo digital, también se recomienda la implementación de pasarelas de pago y herramientas de análisis que permite medir el impacto de sus campañas y realizar ajustes para maximizar los resultados.

En resumen, la implementación del marketing digital en Opticalia es esencial para mantenerse relevante en el mercado actual al adaptarse a las nuevas tendencias y tecnologías, mejorando la experiencia del cliente, logrando aumentar las ventas y construir una sólida reputación de marca.

Es importante destacar que el marketing digital es un campo en constante evolución, por lo que es fundamental que las ópticas estén dispuestas a adaptarse y aprender continuamente y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el mundo digital para alcanzar el éxito a largo plazo.

18. REFERENCIAS.

Cerrillo, R. A. (2016). La Economia Digital Y El Comercio Electronico Y Su Incidencia En El Sistema Tributario. En R. A. Cerrillo, *La Economia Digital Y El Comercio Electronico Y Su Incidencia En El Sistema Tributario* (Pág. 185). Madrid: DIKINSON .S.L Melendez Valdez 28015 Madrid.

DANE. (2023). Obtenido De Https://Www.Dane.Gov.Co/Index.Php/Estadisticas-Por-Tema/Demografia-Y-Poblacion/Proyecciones-De-Poblacion

Portafolio. (12 De Junio De 2018). Obtenido De Https://Www.Portafolio.Co/Negocios/Emprendimiento/Pequenos-Emprendedores-Detras-Del-Avance-De-Opticalia-518019

Rider, R. M. (2010). Aplicaciones De Psicologia Del Color Y Diseño Gráfico. Lynchburg, Vriginia : Liberty Universit

Tinoco, G.A (1 Junio 2020) El Mobile Marketing Como Estrategia De Comunicación. Icono 14, Revista De Comunicación Y Tecnología Emergente. Ttps://Www.Redalyc.Org/Pdf/5525/552556587011.Pdf

Duque, P., Toro, C. A., Ramírez, C. D. Y Carvajal, H. M. (2020). Marketing Viral: El Uso De Las Redes Sociales. Clío América, 14(27), 454-468 Http://Dx.Doi.Org/10.21676/23897848.3759

Dueñas, P., Gonzales,M (2017) La Efectividad De Las Páginas Web En La Comunicación Empresarial De Las Pequeñas Y Medianas Empresas. Www.Researchgate.Net/Publication/318374537_La_Efectividad_De_Las_Paginas_Web_En_La_Comunicacion_Empresarial_De_Las_Pequenas_Y_Medianas_Empresas_Un_Estudio_En_PYMES_De_La_Provincia_De_Cadiz